



Data recepció: 26/02/2010

Data d'acceptació: 04/06/2010

ISSN: 2172-587X. Núm. 1, 2010

<http://www.innovib.cat>

Diagnòstic de la promoció dels cicles formatius a les Illes Balears

Diagnosis of a vocational training class in the Balearic Islands

Diagnóstico de la promoción de los ciclos formativos en las Islas Baleares

Olga Femenia Millet, femeniaolga@hotmail.com

José Manuel Soriano Guasch, jmsorianomk@yahoo.es

IES Sa Blanca Dona

Ángel Antonio Alonso Ferrer, angelalonsoferrer@hotmail.com

IES Quartó de Portmany

Resum

Es presenten els resultats d'una investigació sobre la promoció dels cicles formatius als centres educatius de les illes Balears. L'estudi es promogué a causa de la baixa taxa de sol·licitud de matrícules als cicles formatius i del progressiu augment de l'oferta ocupacional de perfils professionals que responen a les esmentades titulacions. La recollida de dades es realitzà mitjançant entrevistes telefòniques a caps d'estudis i directors de centres educatius de les illes d'Eivissa, Formentera, Mallorca i Menorca. Els resultats obtinguts manifesten els mètodes de promoció i els nivells de satisfacció de resultats de cadascun d'aquests mètodes.

Descriptors

formació professional, orientació professional, divulgació, oferta de formació, taxa d'escolarització, recollida de dades

Abstract

This paper presents the results of a study of a vocational training class in Balearic schools. The study was prompted by the low number of applications to enrol in vocational training programmes and the steady growth in job offers with these programme's professional profiles. The data was collected through telephone interviews with department heads and directors of schools on the islands of Ibiza, Formentera, Mallorca and Menorca. The results obtained manifest the methods of promotion and satisfaction levels with the results at each school.

Keywords:

vocational training, vocational guidance, popularization, training supply, schooling rate, data collection

Resumen:

Se presentan los resultados de una investigación sobre la promoción de los Ciclos Formativos en los centros

educativos de las Islas Baleares. El estudio se promovió dada la baja tasa de solicitud de matrículas a los Ciclos Formativos y al progresivo aumento de la oferta ocupacional de perfiles profesionales que responden a los mencionados estudios. La recogida de datos se realizó a través de entrevistas telefónicas a jefes de estudios y directores de centros educativos de las islas de Ibiza, Formentera, Mallorca y Menorca. Los resultados obtenidos manifiestan los métodos de

promoción y niveles de satisfacción de resultados de cada uno de los centros entrevistados.

Palabras clave:

formación profesional, orientación profesional, divulgación, oferta de formación, tasa de escolarización, recogida de datos

1. JUSTIFICACIÓ

Després de treballar diversos anys en la docència de la formació professional (FP) ens preguntàrem per quina raó, tot i l'augment de l'oferta ocupacional, hi ha més pocs alumnes matriculats en alguns dels cicles que nosaltres impartim, com per exemple: cicle formatiu de grau superior d'Administració i Finances i cicle formatiu de grau superior de Màrqueting i Comerç.

Ens preguntàvem què està passant amb els nostres possibles alumnes (aquells que finalitzen l'ESO, el batxillerat...), que no es matriculen en els cicles formatius comentats abans. Aquesta pregunta està basada en la realitat (hem perdut matrícula perquè els alumnes han preferit un altre cicle formatiu, com per exemple: cicle formatiu de grau superior d'Informàtica, o s'han incorporat al món laboral). Aquesta situació està argumentada en l'enquesta feta a la majoria dels professors dels instituts de formació professional de les illes Balears, i si ens preguntem per què succeeix això a tots els centres de les illes Balears, és perquè prefereixen fer uns altres cicles amb més sortides laborals. Tots aquests interrogants ens han dut a la realització d'aquest grup de treball per poder treure conclusions i aportar idees que contribueixin a millorar la situació.

2. INTRODUCCIÓ

La idea d'aquest grup de treball sorgeix a partir de reflexions fetes per tres professors de formació professional amb experiència d'anys que ens qüestionem per què la matrícula d'alguns cicles formatius ha dis-

minuït, com per exemple al grau superior d'Administració i Finances, al grau superior de Comerç...

Aquestes idees han anat evolucionant i la seva imatge també, des d'una formació professional a la qual anaven els alumnes que no servien per estudiar el batxillerat o anar a la Universitat a una formació professional en la qual tenim alumnes amb un bon expedient acadèmic i amb il·lusió de continuar els estudis a la Universitat, i a més vista per la societat, els pares i les mares dels alumnes d'ESO i batxillerat, els nostres companys que imparteixen ESO i batxillerat i les empreses com uns estudis amb prestigi que introdueixen els alumnes al món laboral.

Aquest informe és el resultat d'un treball impulsat per tres professors de formació professional (dos professors de l'institut Sa Blanca Dona, a Eivissa: Olga Femenia Millet i José Manuel Soriano Guash, i un professor de l'institut Quartó de Portmany a Sant Antoni de Portmany: Àngel A. Alonso Ferrer).

L'objectiu principal del grup de treball és fer un diagnòstic de la situació de la promoció dels cicles formatius duta a terme pels centres públics de les Illes envers els diferents col·lectius (alumnes dels centres, treballadors en actiu o en atur i empreses).

Els professors que fa temps que treballem a la formació professional ens trobem en una situació un poc heterogènia respecte dels cicles que s'ofereixen al mercat, en un doble vessant. D'una banda, hi ha cicles formatius consolidats per la seva antiguitat al mercat, amb bona notorietat per part dels alumnes i un bon reconeixement per part dels empresaris. D'al-

tra banda, ens trobem cicles que fa relativament poc temps que estan al mercat, com per exemple el cicle formatiu de grau superior de Màrqueting i Comerç, el qual compta amb una teòrica demanda de feina per part de les empreses (per això s'ofereix); però en la pràctica, molts dels empresaris desconeixen que existeix aquesta formació i les seves característiques. A més, també són grans desconeguts per als potencials candidats a cursar un d'aquests cicles.

Els professors que exerceixen com a tutors del mòdul de formació en centres de treball, quan cerquen empreses per a alumnes d'aquests cicles formatius més desconeguts, es troben que els empresaris valoren a priori positivament aquesta formació i també en queden majoritàriament satisfets una vegada han tingut els alumnes fent les pràctiques.

3. METODOLOGIA DE LA RECERCA

La metodologia ha estat fonamentalment el desenvolupament d'una enquesta dirigida als caps d'estudis o caps de departament de les famílies professionals de tots els centres públics que imparteixen cicles formatius a les illes Balears, complementada amb entrevistes personals i telefòniques amb els responsables dels cicles formatius dels centres.

La participació dels centres públics ha estat massiva, del 100% a les illes de Menorca, Eivissa i Formentera i arribant al 90% a l'illa de Mallorca. A l'annex II, hi trobareu la llista dels centres participants en aquest estudi.

El treball de camp s'ha dut a terme entre els mesos de febrer i maig de 2008 i el grau d'implicació i interès per part dels centres ha estat molt elevat.

El qüestionari (que es troba a l'annex I) és l'instrument que s'ha utilitzat per fer un diagnòstic de la promoció dels cicles formatius a les illes Balears i saber quines eines es fan servir als centres per fer-los conèixer. Aquest qüestionari està compost per divuit preguntes, que són les següents: cinc preguntes tancades dicotòmiques de sí/no, quatre preguntes d'elecció múltiple (ventall de respostes amb un ítem obert), dues preguntes d'elecció múltiple (preguntes d'estimació), tres preguntes obertes i quatre preguntes obertes amb respostes d'estimació.

La mostra que hem utilitzat està composta per qua-

ranta persones: vint-i-set caps d'estudis, dos professors i onze caps de departament.

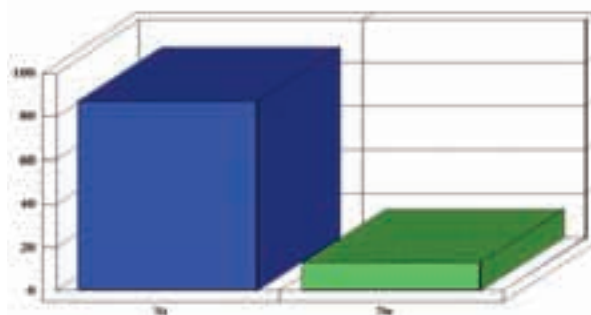
4. ANÀLISI DELS RESULTATS DE L'ENQUESTA

A continuació analitzarem una per una totes les preguntes del qüestionari, seguint l'ordre en què es varen fer, mostrant els valors numèrics, el gràfic explicatiu i una breu conclusió.

1. Considereu que hi ha cicles formatius del vostre centre que podrien ser promocionats per captar alumnes?

Descripció	Freqüència	Percentatge
Sí	34	87,18%
No	5	12,82%
Total respostes	39	100%

Hi ha cicles formatius del vostre centre que podrien ser promocionats? (%)

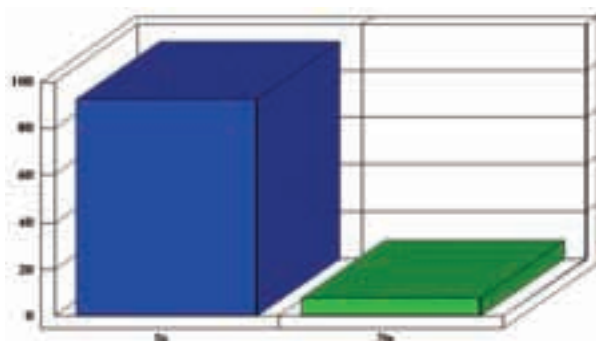


Gairebé nou de cada deu centres consideren que tenen cicles susceptibles de ser promocionats. Això ens pot indicar que es vol que augmenti el nombre d'alumnes, ja que es considera la promoció una eina fonamental.

2. Es fa des del vostre centre, a iniciativa del cap d'estudis i/o del cap de departament, cap tipus de promoció dels cicles?

Descripció	Freqüència	Percentatge
Sí que se'n fa	36	92,31%
No se'n fa	3	7,69%
Total respostes	39	100%

Es fa des del vostre centre cap tipus de promoció dels cicles? (%)



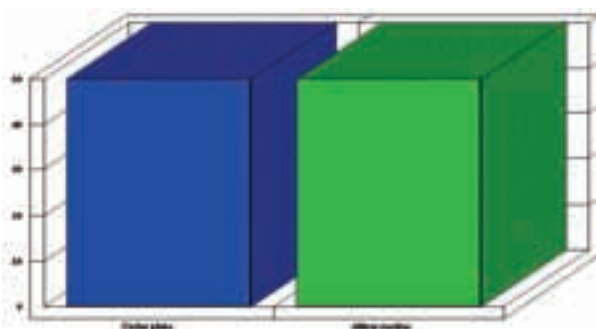
En aquest cas podem veure que nou de cada deu instituts fan qualche tipus de promoció.

A la pregunta 4 s'analitza qui són els destinataris de la promoció i, a partir de la pregunta 5, les eines promocionals més emprades i la seva efectivitat.

3. Per què no es fa cap promoció dels cicles formatius?

Descripció	Freqüència	Percentatge
Tenim tots els cicles plens	1	50%
Altres motius	1	50%
Total respostes	2	100%

Per què no es fa cap promoció dels cicles formatius? (%)



Els instituts que no promocionen els cicles formatius no ho fan perquè tenen els cicles plens o també perquè no hi ha possibilitat de desdoblament dels grups a causa del cost i del treball que això suposa.

Tampoc no s'hi incorporen més alumnes per no massificar el cicle i empitjorar l'aprenentatge de l'alum-

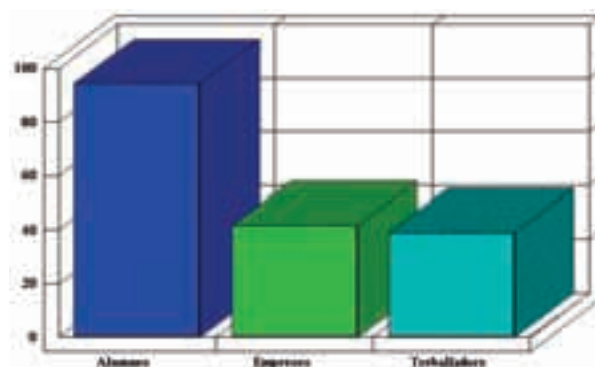
nat, i, finalment, també pot ser perquè es pensa que el curs següent hi haurà prou matrícula.

4. A qui va adreçada la promoció dels cicles formatius que es fa des del vostre centre?

Descripció	Freqüència	Percentatge
Alumnes d'ESO i batxillerat	34	99,44%
Empreses	15	41,67%
Treballadors	14	38,89%
Total respostes	63	175%

Aquest percentatge de 175% vol dir que hi ha centres que fan la promoció entre dos o més tipus de col·lectius, com per exemple: alumnes i empreses o alumnes i treballadors o bé alumnes, empreses i treballadors.

A qui va adreçada la promoció dels cicles formatius del vostre centre? (%)

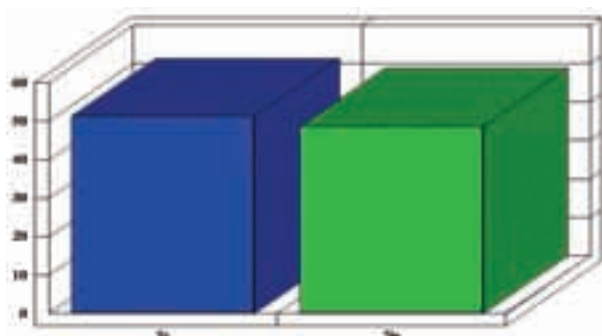


Aquesta pregunta ens mostra que el públic objectiu al qual es dirigeixen majoritàriament els centres és l'alumnat d'ESO i batxillerat dels mateixos centres o de centres de l'entorn. Uns altres públics potencials, com per exemple les empreses (per formar els treballadors) o els treballadors en actiu o aturats (que vulguin reciclar-se, millorar o canviar de feina, per exemple), són considerats únicament per quatre de cada deu centres.

5. Hi ha cap planificació anual de la promoció dels cicles estructurada i documentada?

Descripció	Freqüència	Percentatge
Sí	19	51,35%
No	18	48,65%
Total respostes	37	100%

Planificació de la promoció dels cicles estructurada i documentada? (%)



En aquesta pregunta es reflecteix que la meitat dels centres fan una planificació anual estructurada d'allò que es vol fer, com i quan. De la mateixa manera, la meitat dels centres no planifiquen mai la promoció.

6. Podeu esmentar, si escau, quines eines de promoció feu servir per captar alumnes per als cicles formatius adreçades als alumnes de quart d'ESO, batxillerat o garantia social i quina efectivitat considereu que tenen?

<i>Eines</i>	<i>Total</i>	<i>Molt efectiva</i>	<i>Efectiva</i>	<i>Poc efectiva</i>	<i>Gens efectiva</i>
Fullet de l'institut que informen de les famílies professionals que s'hi imparteixen adreçats als alumnes de quart d'ESO, batxillerat o garantia social	32	1	12	19	0
Xerrades dels professors de formació professional adreçades als alumnes d'ESO, batxillerat i garantia social del nostre institut	31	7	23	1	0
Visites informatives dels nostres professors de formació professional a uns altres instituts per fer conèixer la nostra família professional adreçades als alumnes de quart d'ESO, batxillerat o garantia social	26	5	19	2	0
Presentació dels cicles formatius a les fires de formació professional	15	0	8	7	0
Anunci en premsa dels cicles formatius que s'ofereixen a l'alumnat de quart d'ESO, batxillerat o garantia social	11	1	5	5	0
Orientació personalitzada adreçada als alumnes de quart d'ESO, batxillerat o garantia social per mitjà del Departament d'Orientació i dels tutors	11	3	7	1	0
Pàgina web de l'institut i dels cicles formatius que s'ofereixen adreçada als alumnes de quart d'ESO, batxillerat o garantia social	10	1	6	3	0
Jornades de portes obertes adreçades als alumnes de quart d'ESO, batxillerat o garantia social	3	1	1	1	0
Boca a orella entre els alumnes	2	2	0	0	0

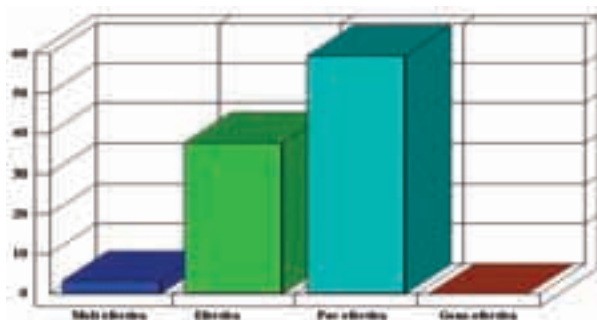
<i>Eines</i>	<i>Total</i>	<i>Molt efectiva</i>	<i>Efectiva</i>	<i>Poc efectiva</i>	<i>Gens efectiva</i>
Cartell de publicitat dels cicles formatius adreçat als alumnes de quart d'ESO, batxillerat i garantia social	2	0	2	0	0
Publicitat a la ràdio i a la televisió adreçada als alumnes de quart d'ESO, batxillerat i garantia social	2	0	2	0	0
Exposició en PowerPoint d'una presentació de la formació professional en què es mostren les instal·lacions adreçada als alumnes de quart d'ESO, batxillerat i garantia social	2	0	2	0	0

Aquesta pregunta era oberta i cada institut responia amb els tipus de promoció que utilitzava, per la qual cosa hi ha diferents tipus de respostes.

Eina 1: Fullet de l'institut que informa de les famílies professionals que s'hi imparteixen, adreçat als alumnes

<i>Eina 1</i>	<i>Freqüència</i>	<i>Percentatge</i>
Molt efectiva	1	3,13%
Efectiva	12	37,50%
Poc efectiva	19	59,38%
Total respostes	32	100%

Fullet de l'institut que informa dels cicles formatius (%)



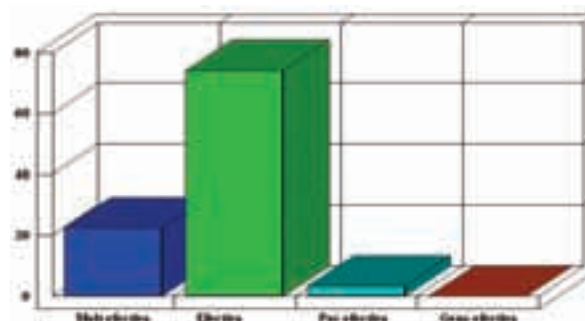
És l'eina més emprada pels centres, encara que la seva efectivitat és considerada baixa pel 60%, enfront del 40% que la considera efectiva.

El model més habitual és el tríptic de grandària A4 d'elaboració pròpia.

Eina 2: Xerrades dels professors de formació professional adreçades als alumnes del nostre institut

<i>Eina 2</i>	<i>Freqüència</i>	<i>Percentatge</i>
Molt efectiva	7	22,58%
Efectiva	23	74,19%
Poc efectiva	1	3,23%
Total respostes	31	100%

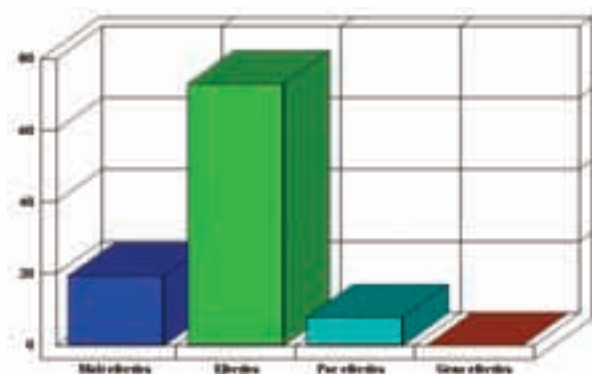
Xerrades adreçades a l'alumnat del nostre institut (%)



Aquesta eina també s'ha emprat majoritàriament (trenta-un centres) i l'efectivitat també és considerada bona o molt bona.

Eina 3: Visita informativa dels professors a uns altres instituts per fer conèixer l'oferta d'estudis

<i>Eina 3</i>	<i>Freqüència</i>	<i>Percentatge</i>
Molt efectiva	5	19,23%
Efectiva	19	73,08%
Poc efectiva	2	7,69%
Total respostes	26	100%

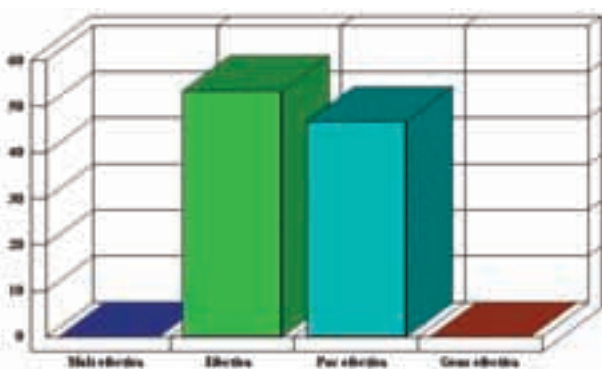
Visita a altres instituts (%)

Aquesta eina és molt emprada (vint-i-sis centres) i es considera que té una bona efectivitat. Cal destacar, malgrat l'eficàcia que té, que molts centres es queixen de les dificultats per aconseguir fer les visites, ja que aquest fet depèn de la col·laboració del centre receptor.

En alguns casos, ens ha succeït durant la investigació de camp que el centre receptor considera competidor el centre sol·licitant, encara que ofereixi cicles diferents dels seus.

Eina 4: Presentació dels cicles formatius a les fires de formació professional

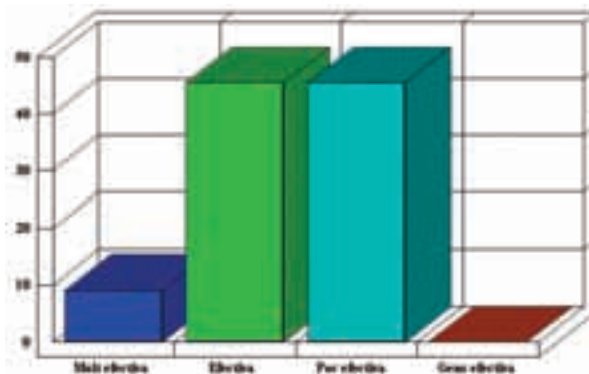
<i>Eina 4</i>	<i>Freqüència</i>	<i>Percentatge</i>
Efectiva	8	53,33%
Poc efectiva	7	46,67 %
Total respostes	15	100%

Presentació dels cicles formatius a les fires de formació professional (%)

Les fires de formació professional són considerades de manera distinta per gairebé la meitat dels centres enquestats. En aquest sentit, s'ha de destacar que alguns centres es queixen de l'organització de les fires (dates, afluència d'estudiants), de la falta de recursos per al muntatge dels estands (quan recau en els centres), que la feina recau en els professors sense cap tipus de compensació i sobre la falta de difusió de la fira entre els empresaris o col·lectius que no siguin els estudiants (per exemple els treballadors en actiu o aturats).

Eina 5: Anunci en premsa dels cicles formatius que s'ofereixen als alumnes

<i>Eina 5</i>	<i>Freqüència</i>	<i>Percentatge</i>
Molt efectiva	1	9,09%
Efectiva	5	45,45%
Poc efectiva	5	45,45%
Total respostes	11	100%

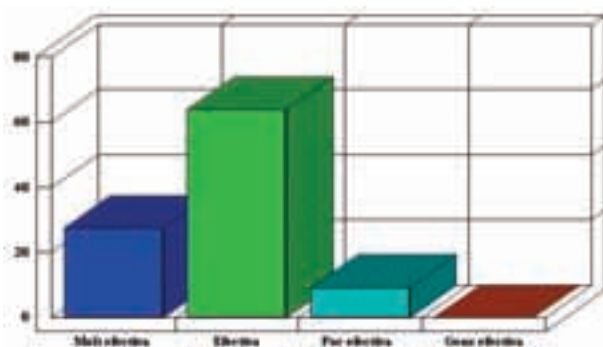
Anuncis en premsa dels cicles formatius que s'ofereixen al centre (%)

Pel que fa a aquesta eina, ens hem trobat bàsicament dos tipus d'anuncis: un en període de matrícula o proves d'accés i l'altre fent conèixer els cicles amb places vacants.

Eina 6: Orientació personalitzada als alumnes per mitjà del Departament d'Orientació i dels tutors

<i>Eina 6</i>	<i>Freqüència</i>	<i>Percentatge</i>
Molt efectiva	3	27,27%
Efectiva	7	63,64%
Poc efectiva	1	9,09%
Total respostes	11	100%

Orientació personalitzada tutors i Departament d'Orientació del centre (%)



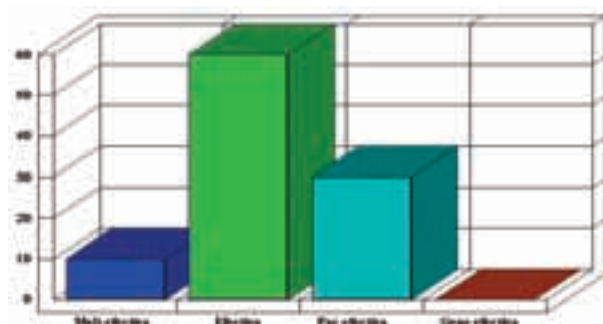
Encara que el nombre de centres que consideren la tasca orientadora com una eina de promoció és relativament baix, l'efectivitat d'aquesta eina es considera alta o molt alta.

En aquest sentit, algunes de les entrevistes posen de manifest la sensació que la formació professional és, d'una banda, la gran desconeguda per molts tutors i orientadors i, d'una altra, més poc valorada com a opció enfront del batxillerat o la Universitat.

Eina 7: Pàgina web de l'institut i dels cicles formatius que ofereix adreçada als alumnes de quart d'ESO, batxillerat o garantia social

<i>Eina 7</i>	<i>Freqüència</i>	<i>Percentatge</i>
Molt efectiva	1	10%
Efectiva	6	60%
Poc efectiva	3	30%
Total respostes	10	100%

Pàgina web de l'institut i dels cicles formatius que ofereix (%)



Encara que majoritàriament els centres disposen de pàgina web, només una part dels enquestats la considera una eina promocional. D'aquests, el 60% la considera una eina efectiva.

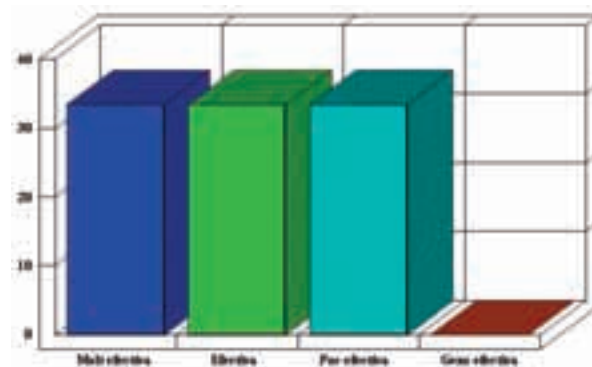
En aquest sentit, caldria fer un esforç per dotar de contingut atractiu les webs dels centres amb molta informació i molt clara, però de poca cosa serveix fer una pàgina molt atractiva si no està actualitzada. Es podrien fer servir eines com les esmentades abans: vídeos, fullets, publicacions amb fotos, etc. A més a més, tenint en compte el caràcter global d'Internet, els centres s'haurien de plantejar la presentació de la informació tant en català com en castellà per poder arribar al públic de fora de les Balears que té previst un canvi de residència cap a les Illes.

Les eines que segueixen a continuació són molt poc representatives per l'escassa utilització que tenen.

Eina 8: Jornades de portes obertes adreçades als alumnes de quart d'ESO, batxillerat o garantia social

<i>Eina 8</i>	<i>Freqüència</i>	<i>Percentatge</i>
Molt efectiva	1	33,33%
Efectiva	1	33,33%
Poc efectiva	1	33,33%
Total respostes	3	100%

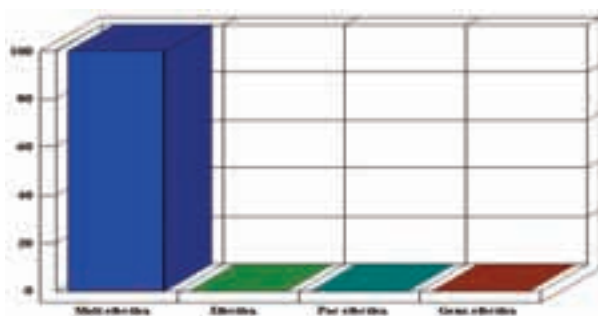
Jornada de portes obertes adreçada als alumnes (%)



Atenent a l'experiència de col·laboració entre instituts en les jornades de portes obertes, podrien ser una eina per tenir en compte si es coordinessin entre centres d'un entorn proper.

Eina 9: Boca a orella entre els alumnes

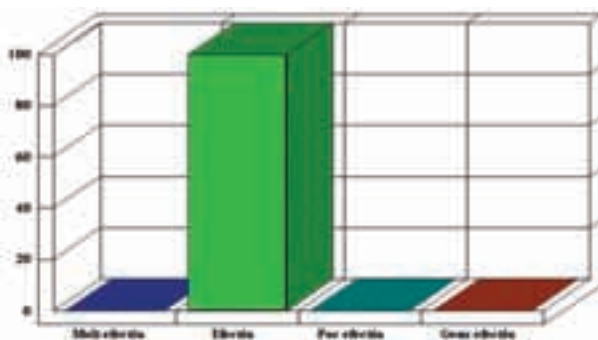
<i>Eina 9</i>	<i>Freqüència</i>	<i>Percentatge</i>
Molt efectiva	2	100%
Total respostes	2	100%

Boca orella entre els alumnes

Encara que tècnicament el *boca a orella* no es pot considerar una eina, ja que no és definit i executat des del centre i, per tant, no és controlable, ha estat esmentat en moltes entrevistes, encara que només en dues enquestes. Tothom és conscient de la importància del boca a orella positiu a l'hora captar alumnes i negatiu a l'hora de desanimar-los. En aquest cas, l'únic que es pot fer des del centre és oferir un bon *producte*, és a dir, una bona formació i de qualitat.

Eina 10: Cartell de publicitat dels cicles formatius adreçat als alumnes

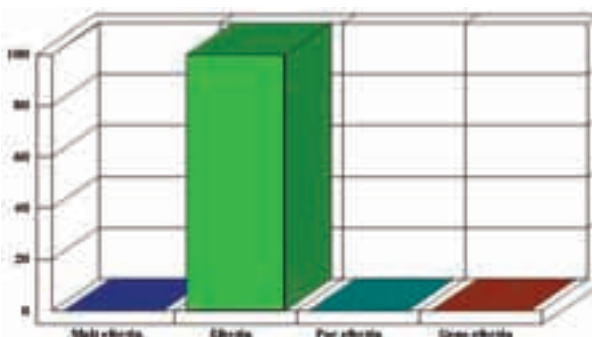
<i>Eina 10</i>	<i>Freqüència</i>	<i>Percentatge</i>
Efectiva	2	100%
Total respostes	2	100%

Cartells de publicitat dels cicles formatius adreçats als alumnes (%)

Aquesta eina és molt poc emprada i, si es fes bé, podria ser una eina promocional complementària dels fullets, amb l'avantatge que pot ser més atractiva visualment i cridar més l'atenció.

Eina 11. Publicitat a la ràdio i a la televisió adreçada als alumnes de quart d'ESO, batxillerat i garantia social

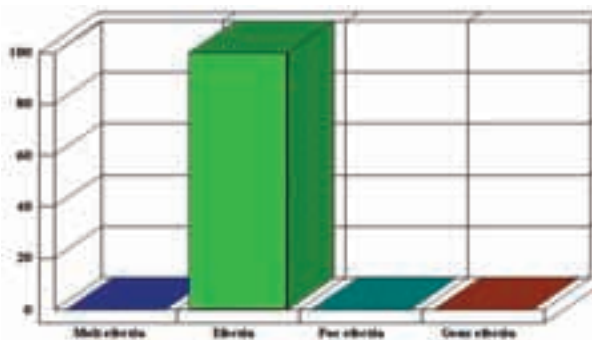
<i>Eina 11</i>	<i>Freqüència</i>	<i>Percentatge</i>
Efectiva	2	100%
Total respostes	2	100%

Publicitat a la ràdio o a la televisió adreçada als alumnes (%)

Obviament, els enquestats diuen que són eines molt poc utilitzades a causa del cost elevat.

Eina 12: Exposició en PowerPoint d'una presentació de la formació professional en què es mostren les instal·lacions, etc., adreçada als alumnes

<i>Eina 12</i>	<i>Freqüència</i>	<i>Percentatge</i>
Efectiva	2	100%
Total respostes	2	100%

Presentació en PowerPoint dels cicles (instal·lacions, etc.) (%)

Les presentacions en PowerPoint o programes similars ajuden a dinamitzar i enriquir les visites, xerrades, fires, etc., ja que són eines molt visuals.

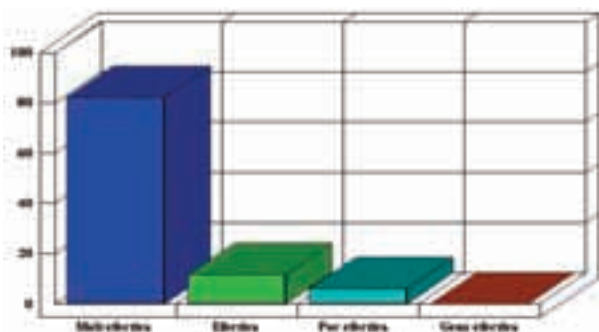
7. Podeu esmenar, si pertoca, quines eines de promoció feu servir per captar alumnes per als cicles o per captar empreses per a les Formació Centre de Treball (FCT), adreçades a les empreses/institucions i quina efectivitat considereu que tenen?

<i>Eines</i>	<i>Total de respostes</i>	<i>Molt efectiva</i>	<i>Efectiva</i>	<i>Poc efectiva</i>	<i>Gens efectiva</i>
Entrevista amb un representant de l'empresa perquè els alumnes facin la FCT	17	14	2	1	0
Visites a institucions públiques: PIMEF, CAIB, SOIB, Ibsalut... per aconseguir empreses col·laboradores a les FCT	14	1	6	6	1
Anunci en premsa de la sol·licitud d'empreses col·laboradores a les FCT	4	0	3	1	0

Eina 13: Entrevista amb un representant de l'empresa perquè els alumnes facin la formació en centres de treball

<i>Eina 13</i>	<i>Freqüència</i>	<i>Percentatge</i>
Molt efectiva	14	82,35%
Efectiva	2	11,76%
Poc efectiva	1	5,88%
Total respostes	17	100%

Entrevista amb un representant de l'empresa per a la FCT (%)



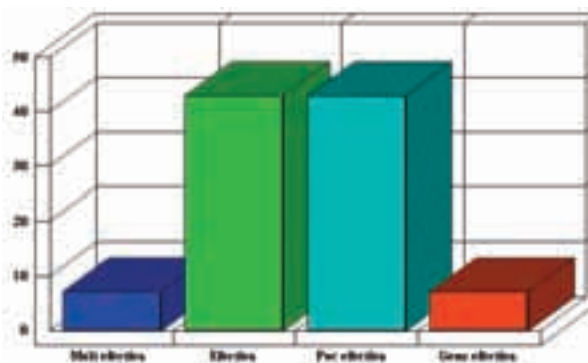
L'eina més emprada és l'entrevista entre el responsable de la FCT i el representant de l'empresa. L'efectivitat és molt alta, encara que, com podem comprovar en l'anàlisi de la pregunta 15, la relació entre el centre i l'empresa es fa en un 75% dels casos per captar empreses per a la FCT, i només un 25% dels centres con-

tacta amb les empreses per exposar-los projectes nous, nous cicles, etc.

Eina 14: Visites a institucions públiques, associacions empresarials i d'altres per aconseguir empreses col·laboradores a les FCT

<i>Eina 14</i>	<i>Freqüència</i>	<i>Percentatge</i>
Molt efectiva	1	7,14%
Efectiva	6	42,86%
Poc efectiva	6	42,86%
Gens efectiva	1	7,14%
Total respostes	14	100%

Visites a institucions públiques, associacions empresarials i d'altres (%)



L'efectivitat d'aquesta eina té valoracions diferents, ja que, com podem veure, la meitat dels centres la considera efectiva i l'altra meitat la considera poc efectiva.

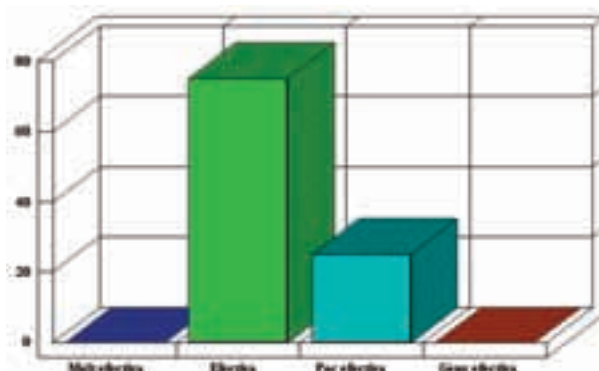
Com més empreses col·laboradores tinguem, més ampli serà el ventall de possibilitats que tindran els nostres alumnes per escollir el lloc de treball on desitgen realitzar les pràctiques.

Eina 15: Anunci en premsa de la sol·licitud d'empreses col·laboradores a les FCT

Eina 15	Freqüència	Percentatge
Efectiva	3	75%
Poc efectiva	1	25%
Total respostes	4	100%

Encara que és poc utilitzada pels centres, aquesta eina es mostra efectiva per a la majoria. Pensem que té sentit en el cas de cicles nous amb molt poca notorietat i si el professorat responsable de la FCT té problemes d'accés a les empreses.

Anuncis en premsa sol·licitant empreses col·laboradores per a les FCT (%)



Estaria molt bé inserir un anunci a la premsa sol·licitant empreses col·laboradores i que puguin col·locar els nostres alumnes per a la realització de la FCT.

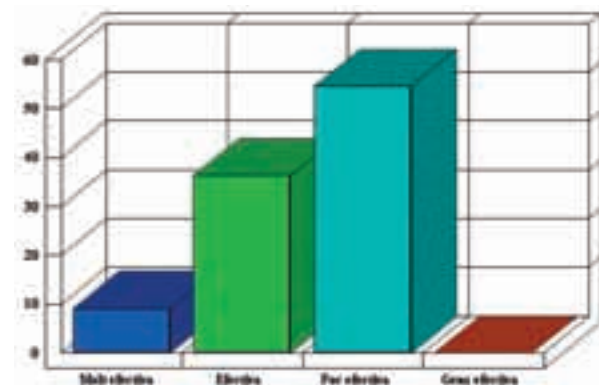
8. Podeu esmentar, si pertoca, quines eines de promoció feu servir per captar alumnes per als cicles, adreçades a treballadors en actiu o aturats i quina efectivitat considereu que tenen?

Eines	Total de respostes	Molt efectiva	Efectiva	Poc efectiva	Gens efectiva
Fullet de l'institut que es donen als treballadors de les empreses	11	1	4	6	0
Anunci en premsa dels cicles formatius que s'ofereixen als treballadors	10	2	3	5	0
Publicitat dels cicles formatius als sindicats, SOIB, associacions empresarials i PIMEF adreçades als treballadors	1	0	0	1	0

Eina 16: Fullets de l'institut que es donen als treballadors de les empreses

Eina 16	Freqüència	Percentatge
Molt efectiva	1	9,09%
Efectiva	4	36,36%
Poc efectiva	6	54,55%
Total respostes	11	100%

Fullets dels cicles que es donen als treballadors de les empreses (%)

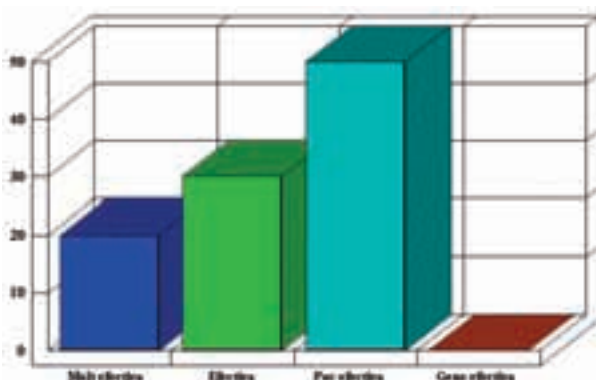


Aquesta eina es considera majoritàriament poc efectiva (55%), enfront d'un 45% que la considera efectiva o molt efectiva. Pensem que pot ser interessant si es fa servir de manera selectiva, és a dir, triant bé les empreses objectiu.

Eina 17: Anunci en premsa dels cicles formatius que s'ofereixen als treballadors

Eina 17	Freqüència	Percentatge
Molt efectiva	2	20%
Efectiva	3	30%
Poc efectiva	5	50%
Total respostes	10	100%

Anuncis en premsa dels cicles dirigits als treballadors de les empreses (%)

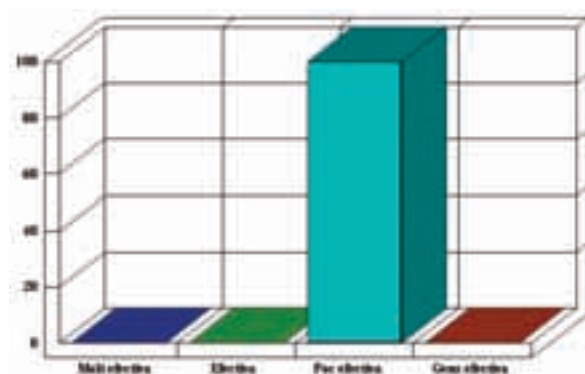


S'ha de tenir en compte que normalment es fan anuncis generals més enfocats als alumnes dels centres.

Eina 18: Publicitat dels cicles formatius als sindicats, SOIB i associacions empresarials adreçada als treballadors

Eina 18	Freqüència	Percentatge
Poc efectiva	1	100%
Total respostes	1	100%

Publicitat dels cicles als sindicats, associacions empresarials, SOIB, etc. (%)



Aquest col·lectiu està pràcticament desatès pels centres, que prioritzen, com ja hem dit, el col·lectiu d'estudiants dins el circuit educatiu.

S'hauria de fer publicitat dels cicles formatius entre els col·lectius esmentats abans com a eina de millora en l'organització on es trobi el treballador i també com a mitjà per adquirir nous coneixements.

9. Podeu esmentar, si pertoca, quines eines de promoció feu servir, en general, per promocionar els cicles formatius i quina efectivitat considereu que tenen?

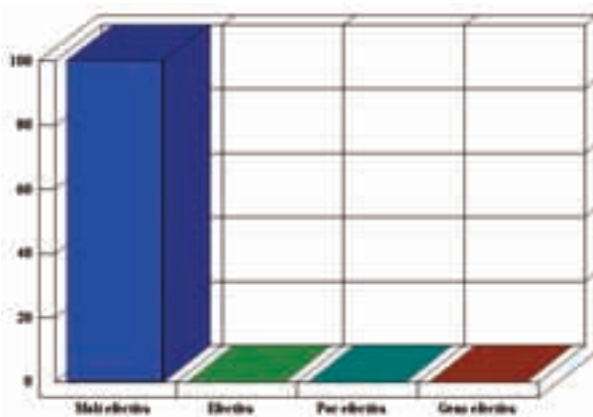
Eines	Total de respostes	Molt efectiva	Efectiva	Poc efectiva	Gens efectiva
La bona i llarga història del centre	1	0	1	0	0
El treball docent ben impartit és la millor publicitat del cicle formatiu	1	1	1	0	1
Donar impresos dels cicles formatius pel municipi	1	0	1	0	0

Aquesta pregunta recull respostes molt puntuals i poc representatives. Les dues primeres eines transmeten la percepció que la promoció més bona és fer bé les coses i de manera sostinguda en el temps. Com ja havíem comentat anteriorment, la qualitat del producte és una condició imprescindible perquè la imatge sigui positiva. La tercera eina, no la considerem adequada, ja que fer un repartiment indiscriminat no ens permet saber si arribem al públic objectiu o no.

Eina 19: La bona i llarga història del centre

Eina 19	Freqüència	Percentatge
Molt efectiva	1	100%
Total respostes	1	100%

La bona i llarga història del centre (%)



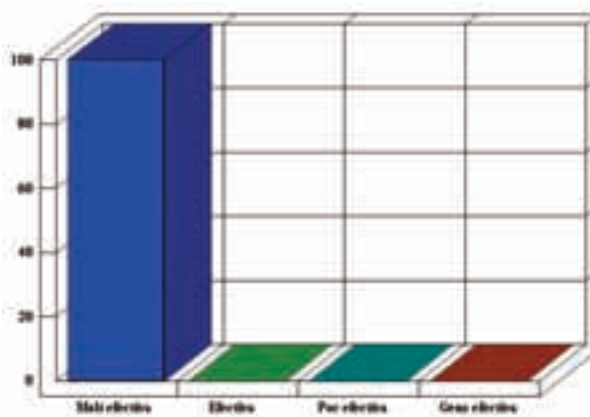
Generalment són els pares dels alumnes els qui valoren més la fama del centre a l'hora de triar.

Eina 20: El treball docent ben impartit és la millor publicitat del cicle formatiu

Eina 20	Freqüència	Percentatge
Efectiva	1	100%
Total respostes	1	100%

La tasca docent dels professors també s'hauria de tenir en compte a l'hora que un alumne esculli un centre o un altre per estudiar formació professional.

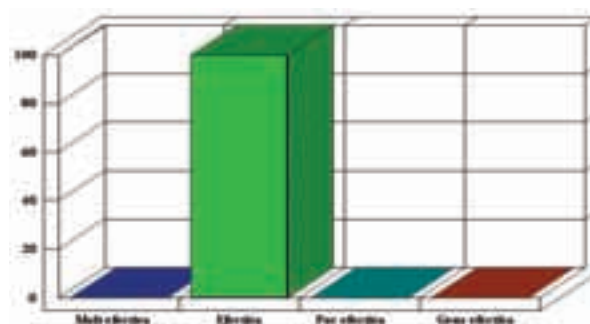
Treball docent ben impartit és la millor publicitat del cicle formatiu (%)



Eina 21: Posar impresos dels cicles formatius a les bústies (bustiada) del municipi

Eina 21	Freqüència	Percentatge
Efectiva	1	100%
Total respostes	1	100%

Posar impresos dels cicles formatius a les bústies (bustiada) del municipi (%)

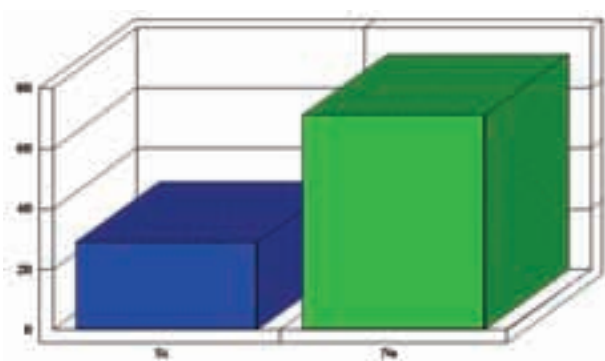


Una nova forma de fer publicitat dels cicles formatius és enviar impresos a les bústies, allò que es denomina *bustiada*. És clar que els destinataris són els alumnes i els pares que poden incidir sobre els seus fills a l'hora d'escollir per formar-se en un cicle formatiu.

10. Teniu, o heu tingut, en els tres darrers anys, cap cicle que s'hagi deixat d'impartir per falta de matrícula?

Descripció	Freqüència	Percentatge
Sí	11	28,95%
No	27	71,05%
Total respostes	38	100%

Cicles deixats d'impartir per falta de matrícula (%)



En aquesta pregunta veiem que gairebé un 30% dels centres ha ofert cicles al mercat, en els tres darrers anys, que no han tingut èxit. La valoració d'aquesta xifra és subjectiva.

És molt possible que algun cicle hagi desaparegut de l'àmbit educatiu pel fet de no estar connectat amb l'entorn socioeconòmic o per desconeixement del públic objectiu al qual anava adreçat i que per això no s'hi ha matriculat.

11. Per què penseu que no hi va haver matrícula?

L'apreciació del centres és que aquests cicles han desaparegut perquè:

- N'hi ha desconeixement tant per part dels alumnes com per part de les empreses del sector.
- No agradava als alumnes (no complia amb les seves expectatives).
- Els alumnes consideren que per treballar no necessiten el títol; per tant, no es compliquen la vida estudiant cap cicle.
- No hi ha prou matrícula d'alumnes que estiguin motivats per fer un cicle concret.
- El cicle no té cap sortida professional.

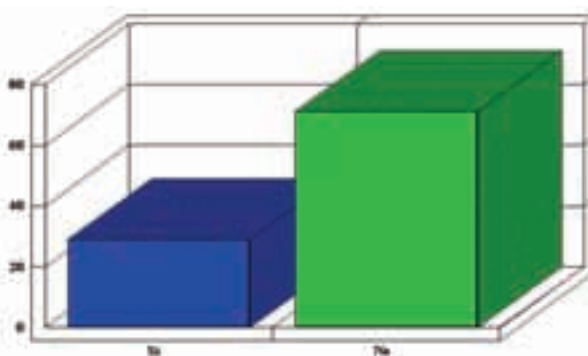
12. Creieu que, si s'hagués promocionat el cicle, hauria pogut tenir matrícula?

La majoria diu que possiblement, si el cicle s'hagués promocionat, s'hauria evitat que desaparegués, sempre que el cicle proposat hagués tingut sortida professional.

13. Creieu que tots els cicles que s'imparteixen al vostre centre són prou coneguts per part de les empreses o les institucions del sector d'activitat a què es dirigeixen?

Descripció	Freqüència	Percentatge
Sí	18	47,37%
No	20	52,63%
Total respostes	38	100%

Cicles prou coneguts per part del sector d'activitat a què es dirigeixen (%)



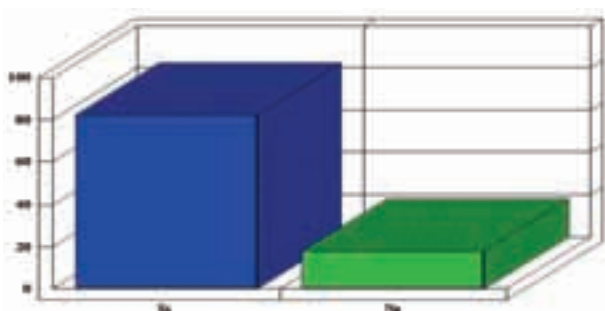
Més de la meitat dels centres consideren que no tots els cicles que imparteixen són prou coneguts per les empreses a les quals es dirigeixen, la qual cosa ens pot dur a reflexionar sobre la conveniència de potenciar les campanyes d'informació, fent servir tant mitjans de comunicació massius (premsa, ràdio, etc.) com eines de comunicació directes (visites personals, publicitat mitjançant el correu convencional o electrònic, o telèfon).

És evident que els cicles formatius han d'estar en concordança amb l'activitat econòmica del seu entorn i, per tant, han de ser coneguts per les agrupacions empresarials (CEOE, CEPIME, PIMEEF...) de la zona d'influència de l'IES on s'imparteixen.

14. Disposa, en aquest moment, el vostre centre de pàgina web amb informació dels cicles que s'hi imparteixen?

Descripció	Freqüència	Percentatge
Sí	32	82,05%
No	7	17,95%
Total respostes	39	100%

Disposa el centre de web amb informació dels cicles? (%)

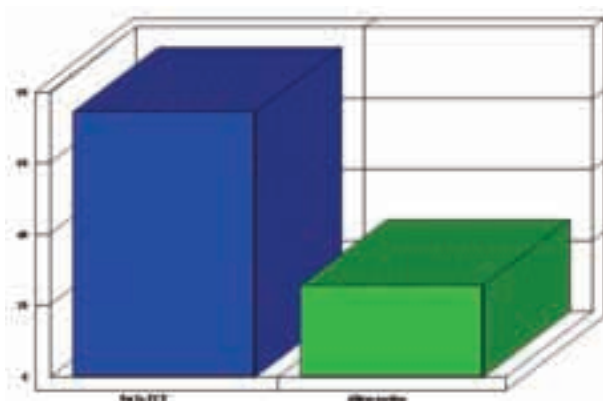


Ja hem comentat anteriorment la importància de la web com a eina de promoció. Caldria, per tant, dotar-la de continguts pensant en els diferents públics que hi poden accedir.

15. Si haguéssiu de definir o valorar la relació que tenen els cicles formatius del vostre centre amb l'entorn productiu al qual s'adrecen:

Descripció	Freqüència	Percentatge
Es duu a terme mitjançant la relació que es desenvolupa amb el mòdul de FCT	26	74,29%
A més de les FCT, ens adreçem a les empreses regularment per fer-los conèixer altres aspectes (nous cicles, nous projectes...)	9	25,71%
Total de respostes	35	100%

Relació amb l'entorn productiu (%)

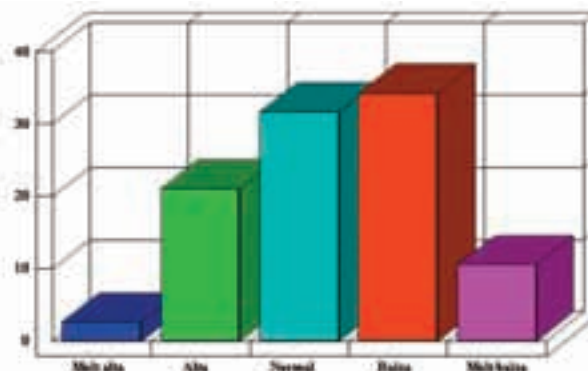


La conclusió que podem treure d'aquesta pregunta és que la relació dels centres amb les empreses de l'entorn s'estableix majoritàriament a través de la relació que es desenvolupa a partir del mòdul de FCT. Només un de cada quatre centres s'adreça a les empreses per fer-los conèixer altres aspectes, com nous cicles, projectes, etc.

16. Podeu valorar la implicació de les diferents administracions educatives en la difusió dels cicles formatius adreçada a les empreses i institucions?

Descripció	Freqüència	Percentatge
Molt alta	1	2,63%
Alta	8	21,05%
Normal	12	31,58%
Baixa	13	34,21%
Molt baixa	4	10,53%
Total de respostes	38	100%

Implicació de les admin. educatives en la difusió (empreses i institucions) (%)



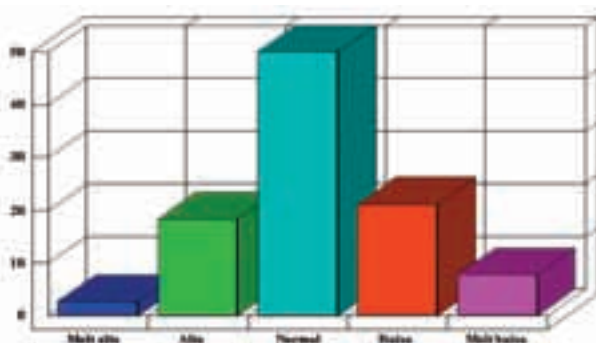
El 45% dels centres considera que la implicació de les administracions en la promoció dirigida a les empreses és baixa o molt baixa, i només el 24% considera que és alta o molt alta.

Poca cosa cal afegir, però seria interessant que des de la Conselleria d'Educació es tingués en compte aquesta connexió amb les empreses de l'entorn.

17. Podeu valorar la implicació de les diferents administracions educatives en la difusió dels cicles formatius adreçada als potencials estudiants de cicles formatius?

Descripció	Freqüència	Percentatge
Molt alta	1	2,63%
Alta	7	18,42%
Normal	19	50,00%
Baixa	8	21,05%
Molt baixa	3	7,89%
Total de respostes	38	100%

Implicació de les admin. educatives en la difusió (potencials estudiants) (%)

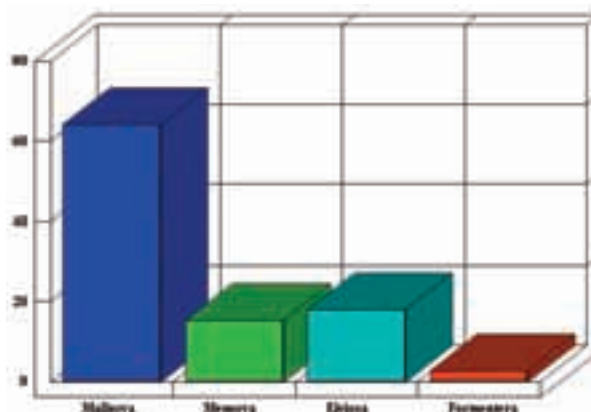


En aquest cas les xifres milloren, ja que és el 29% el que considera que la implicació és baixa o molt baixa, i un 20% la considera alta o molt alta.

18. L'institut pertany a l'illa de:

Descripció	Freqüència	Percentatge
Mallorca	25	64,10%
Menorca	6	15,38%
Eivissa	7	17,95%
Formentera	1	2,56%
Total respostes	39	100%

L'institut pertany a l'illa de: (%)



El fet que Mallorca tingui el tant per cent més elevat és conseqüència del nombre de centres més gran.

19. Teniu cap eina o idea de promoció que no s'hagi utilitzat per falta de recursos (econòmics, temps, professorat...)?

A continuació es recullen les respostes obertes tal com ens han estat lliurades.

1. *Facilitar les visites a altres centres, especialment als concertats. No són gaire receptius i solen posar dificultats, més si ells tenen altres cicles formatius del mateix nivell o família professional.*
2. *Més visites informatives amb els diferents estaments socials de la comarca.*
3. *Repartiment de tríptics entre les empreses del sector i institucions públiques.*
4. *Promoció dels cicles formatius als professors d'ESO i batxillerat, que són, per desgràcia uns grans desconeguts del que fem, i encara pensen molts que la formació professional és una sortida menor (per no dir una pèrdua) per als seus estudiants.*
5. *Més implicació del professorat de formació professional; per tant ha de tenir més il·lusió, dedicació i ganes...*
6. *La partida pressupostària per implantar determinats cicles formatius no sempre és suficient, ja que a vegades el mateix centre gasta dels seus propis recursos per tirar endavant el cicle formatiu.*
7. *Tenim en fase de muntatge un vídeo de promoció del centre, que bàsicament està enfocat a la formació professional.*
8. *Fer campanyes de promoció de la formació professional*

a tots els mitjans de comunicació: radio, premsa, televisió, per part de les administracions públiques.

9. Fer una pàgina web en què s'expliquin tots els cicles que es fan a les Illes, de manera clara, i les sortides professionals que té cada un dels cicles.
10. Fer una borsa de treball per centres que imparteixen formació professional.
11. Fer camisetes promocionant els cicles formatius, per exemple: Mallorca Prix, organització de mitja marató.
12. Entrega de diplomes en finalitzar els cicles i invitar-hi familiars i autoritats.
13. Una revista de cicles professionals de bona qualitat.
14. Més anuncis.

Suggeriments i observacions

A continuació es recullen les respostes obertes tal com ens han estat lliurades.

1. Fer instituts només de formació professional on es puguin impartir tot tipus de formació professional. És una lluita que no hauríem de deixar, ja que el temps que perdem fent guàrdies podríem aprofitar-lo per relacionar-nos més amb el món de l'empresa. Hi ha centres que estan lluitant per aconseguir-ho.
2. Seria convenient que els alumnes de formació professional tinguessin unes aules específiques al centre i a més tinguessin el material adequat: projector, equip informàtic individual, escàner, Internet. D'aquesta manera el futur alumnat i les empreses veurien una gran implicació per part del centre d'estudi.
3. Augmentar l'oferta de cursos de formació per al professorat de formació professional.
4. Donar més autonomia al funcionament dels centres de formació professional.
5. Oferir una llista d'alumnes que han finalitzat els estudis al centre (borsa de treball) a les empreses que ho demanen.
6. Avançar més en el tema de les qualificacions professionals per unificar criteris de formació entre l'ensenyament reglat i no reglat.
7. L'anunci en premsa serà efectiu si es publica en el moment oportú. Just en el període de matriculació del cicle, tant a juny com a setembre i en un dia en què la tirada del diari sigui bastant llegida: dissabte / diumenge.
8. És necessari que un anunci dels cicles formatius estigui

com a mínim una setmana al diari, ja que qualsevol curs fet pel SOIB el posen durant una setmana encara que el curs tingui vint hores.

9. Seria interessant implicar les diferents administracions públiques en la difusió i promoció dels cicles formatius.
10. Penso que la millor promoció dels cicles seria que els alumnes vegin que el cicle serveix per trobar després una bona feina, que hi hagi una continuació lògica per als alumnes titulats que volen continuar estudiant i que les empreses valorin els alumnes que han titulat.
11. Això requereix un canvi de mentalitat d'algunes empreses a les quals és indiferent agafar un grau superior, un grau mitjà o un graduat escolar, ja que pensen: «L'agafem, li paguem una misèria i ja el formarem nosaltres».
12. El major obstacle el tenim en la convicció per part de les famílies que si els seus fills no fan batxillerat han perdut una batalla.
13. La falta de connectors entre la formació professional de grau mitjà i la de grau superior.
14. Considerem que el programa d'iniciació professional és un gran encert, i s'hauria de potenciar i servir per orientar l'alumnat que hi participa, i d'aquesta manera poder continuar els seus estudis als cicles formatius.
15. Posar a la web del centre un PDF amb fotos, premis, iniciatives, estudis etc.
16. Escollar els empresaris per veure quines són les necessitats reals del món empresarial i que els cicles oferts s'adaptin a aquestes necessitats.
17. Adaptar els cicles formatius a la temporada, començant el curs més tard i acabant abans, encara s'allarga un any més.
18. Fer el primer curs d'un cicle formatiu en horari de 19 h a 22 h durant dos anys en comptes de fer-ho d'un any, per a alumnes que treballen en horari de matí i tarda.
19. Oferir mòduls monogràfics solts, ja que a vegades els alumnes no tenen temps per fer el cicle complet.
20. Informar els alumnes de segon de batxillerat que no aproven la selectivitat que el grau superior de formació professional és un pont per accedir directament a la Universitat.
21. Els centres haurien de disposar d'una partida econòmica a soles per a publicitat dels cicles.
22. No fer coincidir l'oferta reglada dels cicles amb la formació que ofereix el SOIB i el fons social europeu.
23. Crear una comissió que posi en marxa un pla de pro-

moció dels cicles formatius que sigui estructurada i documentada, ja que hi ha una manca d'informació dels cicles als alumnes i a les empreses del sector.

24. *Hi ha cicles formatius que han quedat obsolets i haurien de desaparèixer.*
25. *Les xerrades informatives haurien de ser també per als pares, ja que a setze anys els pares són els que decideixen.*

5. CONCLUSIONS

1. Davant el període de recessió econòmica és possible que treballadors desocupats accedeixin als cicles formatius per ampliar la seva formació i ser més competitius.

2. També seria una aposta interessant dirigir-se als pares dels alumnes que finalitzen l'ESO o el batxillerat, perquè ells tenen una més bona i més clara visió del món laboral i de les seves necessitats.

3. Interessant seria que la planificació anual de la promoció dels cicles la fes la Conselleria d'Educació i fos completada pels diferents instituts, segons les seves necessitats de l'alumnat o les possibilitats laborals del seu entorn.

4. Creiem que el fullet hauria de tenir un disseny que cridés l'atenció i referències que el completessin a la pàgina web de l'institut i de la Conselleria.

5. Pensem que es fa necessari un canvi de mentalitat entre els professors i situar la formació professional en el lloc que li correspon trencant amb la visió que els alumnes que són bons van a batxillerat i a la Universitat i els que són mitjans o dolents van a la formació professional.

6. És molt destacable i paradigmàtic el cas dels centres de Menorca, els quals, mitjançant una reunió de directors, decideixen el dia o dies en què es faran les visites de tot l'alumnat (per exemple de quart d'ESO) a tots els centres, de forma que no hi ha problemes com els abans esmentats.

7. Seria desitjable o recomanable la col·laboració de la Conselleria i de la Cambra de Comerç per poder fer anuncis més grans, més freqüents i més professionals quant a creativitat. Es podria fer per zones d'influència (per exemple un anunci amb l'oferta educativa dels centres de Maó, d'Eivissa, o de barris

de Palma), o per famílies professionals.

Els anuncis s'haurien de publicar en les dates convenients i no en dates posteriors a la matrícula.

En qualsevol cas, ateses les característiques d'aquest mitjà, la possibilitat de conjuminar esforços (recursos) és altament recomanable.

8. Pensem, per tant, que seria recomanable fer un esforç de comunicació envers els majors prescriptors dels cicles formatius als centres: els tutors i el Departament d'Orientació, preparant eines de presentació visuals i atractives per a l'alumnat, destacant els beneficis dels cicles formatius (vídeos, publicacions digitals amb fotografies, etc.).

9. Caldria remarcar, per concloure, la importància de la col·laboració entre els centres en l'èxit d'aquestes xerrades, que estan tan ben valorades com a eina promocional efectiva.

10. Tant els centres com les institucions educatives s'haurien de plantejar fixar-se com a objectiu la proximitat al món empresarial. Podríem parlar de dificultats per arribar a les empreses i treballadors, però també d'una falta d'orientació cap a la captació d'alumnat en aquests col·lectius enfront a l'oferta de formació contínua i ocupacional que competeix amb dos avantatges: els recursos econòmics per promocionar els seus cursos i la proximitat de les entitats que els organitzen (associacions empresarials, sindicats, etc.) al seu públic objectiu: les empreses i els treballadors.

11. Pareix clar que l'alumnat dels centres educatius és un col·lectiu més accessible, encara que s'ha de millorar la informació i la comunicació entre els cicles i els tutors i orientadors.

12. La millora de la imatge de la formació professional és una de les assignatures pendent. Les administracions educatives haurien de fer un esforç addicional per valoritzar-la a diferents nivells: d'una banda, el pares i mares; d'una altra banda, les empreses i els treballadors, i, per últim, dins els mateixos instituts. Hem de ser conscients, de totes maneres, que per poder destacar el valor d'un producte, el producte ha de tenir valor per si mateix (qualitat en l'ensenyament, adaptant-lo a les necessitats reals de la societat; qualitat en la formació, dotant els centres de recursos, i qualitat en les persones, potenciant la formació i la implicació i, per tant, la motivació del professorat).

13. Els cartells de publicitat s'haurien de col·locar a l'entrada de l'institut en un lloc ben visible perquè tota persona que hi entrés els veiés amb total claredat (que tingués un impacte visual).

14. La publicitat a la ràdio i a la televisió local l'hauria de fer el mateix centre o, si escau, la Conselleria d'Educació i així la pagaria quin la fes. La publicitat a la televisió a l'àmbit nacional l'hauria de fer i pagar el Ministeri d'Educació.

15. Tant els centres com les administracions educatives poden i han de cercar solucions creatives i imaginatives per potenciar la imatge de la formació professional. Potenciar les relacions amb els mitjans de comunicació perquè reflecteixin el dia a dia dels centres, en general, i dels cicles, en particular (certificacions de qualitat, programes europeus, inserció laboral de l'alumnat de formació professional, experiències pilot de les moltes que es fan als centres, programes mediambientals, solidaris, etc.).

16. Millorar les eines de comunicació per part dels centres, fent servir les noves tecnologies (vídeos, revistes en format digital, fullets amb més contingut, etc.).

17. Considerem que és adequat que el tutor del cicle a l'institut contacti personalment amb el representant de l'empresa per concretar els objectius que ha d'aconseguir l'alumne en el lloc de treball que ocuparà.

18. Hi hauria d'haver suport de les administracions als contactes amb institucions, associacions.

19. La necessitat de crear una comunicació amb el món empresarial al marge de les FCT.

20. Estaria molt bé inserir un anunci a la premsa sol·licitant empreses col·laboradores i que puguin col·locar els nostres alumnes per a la realització de la FCT.

Fins ara els cicles formatius tenen poca connexió amb les empreses de l'entorn i únicament es relacionen amb alguna quan és una empresa col·laboradora que admet el nostre alumnat per fer les FCT.

21. Pensem que pot ser interessant l'entrega de fullets de l'institut si es fan servir de manera selectiva, és a dir, triant bé les empreses objectiu.

22. S'hauria de tenir en compte que un centre innovador atrau, encara que a Eivissa l'elecció està molt limitada.

23. Les pàgines web dels centres no donen tota la informació que haurien de donar, per tant són una qüestió millorable a la qual s'haurien de dedicar més recursos.

6. AGRAÏMENTS

No volem acabar aquest treball sense agrair a tots els professors dels instituts de les quatre illes que han col·laborat en les enquestes les seves aportacions i idees i, sobretot, el seu suport i reconeixement per la feina que estàvem duent a terme.

També volem agrair a l'assessor de formació professional del CEP d'Eivissa, Iñaki Monge, que des del principi ens hagi encoratjat a fer la feina i ens hagi donat suport en tot moment.

Per acabar, volem dir que esperem haver posat el nostre granet d'arena per encetar una reflexió que des de la major part dels centres que imparteixen cicles formatius s'està fent: la necessitat d'una millora de producte, però també, i aquest era l'objectiu de la nostra feina, la necessitat de més i més bona promoció dels cicles formatius, que, encara avui en dia, són uns grans desconeguts per a molts dels potencials alumnes.

7. BIBLIOGRAFIA

- Alvárez Rojo, V. (2003). Propuesta para la organizacion de un servicio de orientación en el sistema de Formación Profesional. *Revista de Pedagogía*, 55 (3), 419-424.
- Bodas González, E. (2007). La orientación educativa en la Formación Profesional. Orientación educativa y laboral. En A. I. Lledó Becerra (Coord.), *La orientación educativa sobre la práctica* (pp. 189-226). Sevilla: Fundación ECOEM.
- Caldevilla, M. A. (1981). Sobre la orientación hacia la Formación Profesional. *Aula Abierta*, 32, 29-45.
- Calero Martínez, J. (2006). *Desigualdades tras la educación obligatoria: nuevas evidencias*. Madrid: Fundación Alternativas. Obtingut de http://www.gadeso.org/sesiones/gadeso/web/14_paginas_opinion/ca_10000194.pdf
- González Veiga, M. C., Cueto Iglesias, B., & Mato Díaz, F. J. (2006). El papel de la Formación en Centros de Trabajo (FCT) en la inserción laboral de los titulados de ciclos formativos: el caso de Asturias. *Revista de Educación*, 341, 337-372.
- Dafouz Fullana, M., & Suárez, M. (1994). Formación y orientación laboral: ciclos formativos de Formación Profesional de grado medio y grado superior. Madrid: Videocinco, D.L.
- Domínguez Roncero, P. (1997). *Decido mis estudios: (Todo lo que necesitas saber), al terminar la E.S.O., 2º de BUP, Bachillerato, Ciclos Formativos, COU*. Madrid: Osiris.
- Domingo Acinas, J. (1999). *Gestión y mejora continua de la calidad: ciclos formativos*. San Sebastian: Donostiarra.
- Feliciano García, L. A., Cruz González, A. E., González Pérez, N. R., Medina Herrera, M. C. & Santana Vega, L. E. (2005). ¿Universidad o ciclos formativos? El autoconcepto en la encrucijada de la transición académico-laboral del final del Bachillerato. En Universidad de la Laguna (Ed.), *Actas del XII Congreso Nacional de Modelos de Investigación Educativa: investigación: investigación e innovación educativa* (pp. 819-826). La Laguna: Servicio de publicaciones de la Universidad de la Laguna.
- Gil Rodríguez, G. (2006). *Formación Profesional, Orientación e inserción laboral del alumnado de los ciclos formativos de grado medio*. València: Universitat de València.
- Hernández Franco, V., Muñoz San Roque, I., Asensio Fuentes, C., & Caro García, C. (2004). *Ciclos Formativos: preferencias de los estudiantes de la Comunidad de Madrid*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas.
- Hernández Franco, V., & Muñoz San Roque, I. (2005). *Ciclos formativos 2005: Preferencias de los estudiantes de la Comunidad de Madrid*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas, Facultad de Ciencias Humanas y Sociales.
- Jiménez Jiménez, B. (1997). Formación Profesional: concepción de los ciclos formativos. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 30, 31-49.
- López Romito, F. (2003). Evaluación de la calidad del Sistema Nacional de Formación Profesional. *Revista de Pedagogía*, 55 (3), 461-466.
- Peris Moranco, P. (2007). *Valoració de la Formació Professional per part dels agents implicats: alumnat, tutors a les empreses i professorat*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.

Per citar aquest article:

Femenia Millet, O., Soriano Guasch, J. M.; & Alonso Ferrer, A. A. (2010). Diagnòstic de la promoció dels Cicles Formatius a les Illes Balears. *Innov[IB]. Recursos i Recerca Educativa de les Illes Balears*, 1, 7-32. Obtingut de <http://www.innovib.cat/numero-1/pdfs/1-inv-op.pdf>

ISSN: 2172-587X

ANNEX I

Exemplar en blanc de l'enquesta

PRESENTACIÓ DE L'ENQUESTA

Des del CEP d'Eivissa s'ha creat un grup de treball per fer un diagnòstic de la promoció dels cicles formatius a les Balears i conèixer les eines que es fan servir als centres per fer-los conèixer. El qüestionari que teniu a continuació s'ha lliurat a tots els centres públics de les quatre illes, mitjançant el cap d'estudis de cicles formatius o caps de departaments de famílies professionals. El tractament de les dades es farà de manera agregada i les conclusions seran generals, de tots els centres. Les conclusions d'aquest estudi es faran públiques i es pretén que puguin ser d'utilitat per a la comunitat educativa.

S'hauria de fer una enquesta per centre, o per família professional en el cas que hi hagués diferències substancials envers el que s'estudia entre elles.

En acabar l'enquesta podeu remetre-la al CEP d'Eivissa, al fax número 971 30 03 51 a l'atenció d'Iñaki Monge o als mails:

jmsorianomk@yahoo.es (**José Manuel Soriano**)

angelalonsoferrer@hotmail.com (**Ángel Alonso**)

femeniaolga@yahoo.es (**Olga Femenia**)

Us agraïm anticipadament la vostra col·laboració i el temps dedicat a emplenar l'enquesta.

ENQUESTA

1. Considereu que hi ha cicles formatius del vostre centre que necessiten/podrien **ser promociionats** per **captar alumnes**?
 - 1.1. Sí
 - 1.2. No (conèixer per què)
 - 1.3. Altres respostes (especificar-les)
2. Es fa des del vostre centre (cap d'estudis, cap de departament o d'altres) cap tipus de promoció dels cicles?
 - 2.1. Sí que se'n fa. (passeu a pregunta 4)
 - 2.2. No se'n fa cap. (passeu a pregunta 3)
3. Per què no es fa cap promoció dels cicles formatius?
 - 3.1. Tenim els cicles plens sense fer-ne
 - 3.2. Altres motius (especificar-los)

(passeu a pregunta 10)
4. A qui va adreçada la promoció dels cicles formatius que es fa des del vostre centre? (pot ser de resposta múltiple)
 - 4.1. Alumnes d'ESO, garantia social, batxiller o cicles formatius del nostre centre o d'altres.
 - 4.2. Empreses
 - 4.3. Treballadors
 - 4.4. Altres col·lectius (especificar)

5. Hi ha cap planificació anual de la promoció dels cicles estructurada i documentada?

- 5.1. Sí
5.2. No

Ara parlarem de les eines de promoció diferenciant el públic al qual s'adrecen: estudiants (de quart d'ESO, batxiller o garantia social), empreses o treballadors.

6. Podeu esmentar, si escau, quines eines de promoció feu servir per captar alumnes per als cicles, **adreçades als alumnes de quart d'ESO, batxillerat o garantia social** i quina efectivitat considereu que tenen? (p. ex. fullets, anuncis en premsa, fires, xerrades o visites, etc.)

Especificar eines de promoció	Molt efectiva	Efectiva	Poc efectiva	Gens efectiva
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

7. Podeu esmentar, si escau, quines eines de promoció feu servir per captar alumnes per als cicles o per captar empreses per a les FCT, **adreçades a les empreses/institucions** i quina efectivitat considereu que tenen? (p. ex. fullets, anuncis premsa, fires, xerrades o visites, etc.)

Especificar eines de promoció	Molt efectiva	Efectiva	Poc efectiva	Gens efectiva
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

8. Podeu esmentar, si escau, quines eines de promoció feu servir per captar alumnes per als cicles, adreçades a **treballadors en actiu o aturats** i quina efectivitat considereu que tenen? (p. ex. fullets, anuncis en premsa, fires, xerrades o visites, etc.)

Especificar eines de promoció	Molt efectiva	Efectiva	Poc efectiva	Gens efectiva
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

9. Podeu esmentar, si escau, quines eines de promoció feu servir, **en general**, per promocionar els cicles formatius i quina efectivitat considereu que tenen? (p. ex. fullets, anuncis en premsa, fires, xerrades o visites, etc.)

Especificar eines de promoció	Molt efectiva	Efectiva	Poc efectiva	Gens efectiva
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

10. Teniu, o heu tingut, en els tres darrers anys, cap cicle que s'hagi deixat d'impartir per falta de matrícula?
Sí
No (passeu a 13)
11. Per què penseu que no hi va haver matrícula?
.....
.....
.....
12. Creieu que si s'hagués promocionat el cicle hauria pogut tenir matrícula?.....
.....
.....
.....
13. Creieu que **tots** els cicles que s'imparteixen al vostre centre **són prou coneguts** per part de les empreses/institucions del sector d'activitat a què es dirigeixen?
Sí
No
14. Disposa, en aquest moment, el vostre centre de pàgina web amb informació dels cicles que s'hi imparteixen?
Sí
No
15. Si haguéssiu de definir o valorar la relació que tenen els cicles formatius del vostre centre amb **l'entorn productiu** al qual s'adrecen...
15.1. Es duu a terme mitjançant la relació que es desenvolupa amb el mòdul de FCT.
15.2. A més de les FCT, ens adrecem a les empreses regularment per a fer-los conèixer altres aspectes (nous cicles, nous projectes, etc.).
15.3. Altres respostes, especificar-les
.....
.....
16. Podeu valorar la implicació de les diferents administracions educatives en la difusió dels cicles formatius adreçada a les empreses i institucions?
16.1. Molt alta
16.2. Alta
16.3. Normal
16.4. Baixa
16.5. Molt Baixa
17. Podeu valorar la implicació de les diferents administracions educatives en la difusió dels cicles formatius adreçada als potencials estudiants de cicles formatius?
17.1. Molt alta
17.2. Alta
17.3. Normal
17.4. Baixa
17.5. Molt Baixa

Altres comentaris, suggeriments i observacions:

ANNEX II

Centres educatius que han col·laborat amb l'enquesta

Centres educatius de Mallorca

01. IES Alcúdia

02. IES Antoni Maura

03. IES Arxiduc Lluís Salvador

04. IES Berenguer d'Anoia

05. IES Calvià

06. IES Capdepera

07. IES Casanoves

08. IES Emili Darder

09. IES Felanitx

10. IES Francesc de Borja Moll

11. IES Guillem Cifre de Colonya

12. IES Guillem Colom Casasnovas

13. IES Guillem Sagrera

14. IES Joan Tais

15. IES Josep Maria Llompart

16. IES Josep Sureda i Blanes

17. IES Juníper Serra

18. IES Llorenç Garcia i Font

19. IES Maratxi

20. IES Politècnic

21. IES Santa Margalida

22. IES Sineu

23. IES Son Ferrer

24. IES Son Pacs

25. IES Son Servera

Centres educatius d'Eivissa

26. IES Algarb

27. IES Isidoro Macavich

28. IES Quartó de Portmany

29. IES Sa Blanca Dona

30. IES Sa Colomina

31. IES Santa Maria

32. IES Xarc

Centres educatius de Menorca

33. IES Biel Martí

34. IES Cap de Llevant

35. IES Joan Ramis i Ramis

36. IES Josep Maria Quadrado

37. IES Josep Miguel Guàrdia

38. IES Maria Àngels Cardona

39. IES Pascual Carbó

Centre educatiu de Formentera

40. IES Marc i Ferrer